

# RANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI PRODUK KERAJINAN ROTAN DESA TERENTANG KABUPATEN BANGKA BARAT

Mohammad Reza Baskara<sup>1)</sup>, Mukhsin Patriansyah<sup>2)</sup>, Husni Mubarat<sup>3)</sup>

<sup>1) 2) 3)</sup> *Desain Komunikasi Visual Universitas Indo Global Mandiri*

*Jl. Jend. Sudirman No. 629 KM. 4 Palembang*

*Email : [omsenengbanget@gmail.com](mailto:omsenengbanget@gmail.com)<sup>1)</sup>, [mukhsin\\_dkv@uigm.ac.id](mailto:mukhsin_dkv@uigm.ac.id)<sup>2)</sup>, [husni@uigm.ac.id](mailto:husni@uigm.ac.id)<sup>3)</sup>*

## ABSTRACT

*Visual Media Media Design The Rattan Product of Rattan Terentang aims to introduce and market the existing rattan handicraft products in the Terentang Village. The purpose of introducing in this case is to provide information to the community about the existence of the Terentang Village in West Bangka Regency as a village of rattan craftsmen, unique rattan products, and local wisdom of rattan craftsmen from the Terentang Village regarding the use of rattan plants and rattan cultivation. Marketing of rattan products from Desa Terentang through the design of visual communication media aims to sell products to a wider market share with the design of the website as the main media as well as other supporting media that serves to direct the target audience to the website page [www.rotanterentang.com](http://www.rotanterentang.com) address.*

**Key words:** *Visual Communication Media, Website, Rattan Craft Product, Outlying Village, West Bangka Regency*

## 1. Pendahuluan

Seni kerajinan adalah cabang seni rupa yang kegiatannya berkaitan dengan barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan. Kerajinan dalam perkembangannya lebih dikenal dengan istilah seni kriya yang merupakan cabang seni rupa yang lebih mengoptimalkan nilai praktis dan estetis daripada nilai ekspresi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Fungsi praktis adalah karya seni yang tujuan pokok pembuatannya ditujukan sebagai benda pakai seperti, perabotan rumah tangga, meja, kursi dan tekstil, sedangkan fungsi estetis adalah fungsi yang ditujukan sebagai benda hias seperti, relief, ornamen, topeng, dan vas bunga. Menurut I Made Bandem dalam jurnalnya, “kata kriya dalam bahasa Indonesia berarti pekerjaan (keterampilan tangan). di dalam bahasa Inggris disebut *craft* berarti energi atau kekuatan. Pada kenyataannya bahwa seni kriya sering dimaksudkan sebagai karya yang dihasilkan karena *skill* atau keterampilan seseorang” [1].

Produk kerajinan dapat dibuat dengan bahan baku utuh dapat pula memanfaatkan limbah. Kerajinan yang menggunakan bahan baku utuh biasanya menggunakan bahan-bahan seperti tanah liat, kulit, logam, kayu dan rotan. Produk kerajinan yang memanfaatkan limbah sebagai bahan bakunya menggunakan bahan-bahan seperti kaleng bekas, botol, kardus, koran, dan limbah kertas.

Kerajinan biasanya dikaitkan dengan industri, dan posisi kerajinan sendiri dapat berada pada tingkatan industri apapun. Apabila dikaitkan berdasarkan jumlah tenaga kerjanya, Industri kerajinan dapat dibagi kedalam jenis-jenis industri mulai dari industri rumah tangga (1-4 orang), industri kecil (5-19 orang), industri menengah (20-99 orang), hingga industri besar (100 orang lebih)

[2]. Terlepas dari jenis-jenis industrinya, beberapa bentuk contoh kerajinan yang ada antara lain adalah kerajinan perak, gerabah, batik, ukir kayu, tenun tekstil, dan anyaman rotan.

Indonesia memiliki kekayaan alam yang berlimpah. Kekayaan alam ini menghasilkan banyak bahan baku yang dapat dimanfaatkan untuk membuat produk kerajinan. Banyak daerah di Indonesia memanfaatkan kekayaan alam untuk diolah menjadi produk kerajinan dalam rangka memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat. Salah satu daerah yang memanfaatkan kekayaan alam ini adalah Desa Terentang yang terletak di Kecamatan Kelapa, Kabupaten Bangka Barat, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Sebagian besar penduduk di Desa Terentang mengandalkan kerajinan sebagai mata pencahariannya.

Penduduk desa ini menggunakan rotan sebagai bahan baku dalam membuat produk kerajinan dari bahan baku rotan. Banyaknya jumlah pengrajin rotan di desa ini membuat Desa Terentang terkenal dengan sebutan kampung rotan oleh masyarakat di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Awalnya produk kerajinan yang dihasilkan pengrajin di Desa Terentang hanya sebatas peralatan perikanan tradisional, namun seiring dengan perkembangannya pengrajin rotan Desa Terentang mulai membuat produk-produk kerajinan lainnya seperti peralatan rumah tangga, perabot, keranjang, dan pernik dengan bentuk serta kegunaan yang bervariasi. Banyaknya variasi produk kerajinan rotan yang dihasilkan belum mampu meningkatkan penjualan produk kerajinan rotan, dikarenakan kurangnya promosi dan pemasaran produk yang masih tradisional. Pemasaran produk dilakukan dengan cara menjual di pinggir jalan dan menyeter kepada pengepul yang kemudian baru dipasarkan ke daerah-daerah lain di Kepulauan Bangka Belitung. Sampai pada saat ini,

belum ada promosi serius yang dilakukan oleh pengrajin maupun instansi terkait mengenai promosi dan pemasaran produk kerajinan rotan Desa Terentang. Peranan pemerintah setempat dalam membantu kegiatan promosi sebenarnya sudah ada, namun belum mengkhususkan promosi kepada satu kerajinan saja. Program yang dilakukan oleh pemerintah setempat saat ini adalah dengan cara mengumpulkan kerajinan yang ada di Kabupaten Bangka Barat yang kemudian dirangkum ke dalam sebuah *booklet*.

Isi yang ditampilkan pada rancangan *booklet* belum mencakup informasi keseluruhan mengenai kerajinan yang ditampilkan, konten *booklet* kebanyakan berisi mengenai profil pemerintah setempat, sementara kerajinan yang ditampilkan hanya diberi porsi sedikit dengan menampilkan foto dan deskripsi singkat mengenai suatu kerajinan, sehingga *booklet* yang telah disebarluaskan dirasa kurang tepat sebagai media untuk mempromosikan kerajinan-kerajinan yang terdapat di dalamnya.

Keberadaan Media Promosi sangat penting dalam memperkenalkan suatu produk oleh karena itu, kegiatan promosi adalah faktor penentu program pemasaran. Konsumen tidak akan pernah membeli suatu produk apabila belum pernah mendengar atau melihat dari kegiatan promosinya. Menurut Sutisna promosi adalah usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk di pasar [3].

Banyak faktor yang menjadi alasan mengapa produk kerajinan rotan Desa Terentang kurang mendapat perhatian konsumen mulai dari kurangnya pengetahuan para pengrajin rotan Desa Terentang mengenai cara untuk melakukan promosi, kurangnya keseriusan pemerintah, dan kurangnya media promosi yang dapat disebarluaskan untuk memasarkan produk rotan Desa Terentang baik di dalam maupun di luar wilayah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Faktor-faktor permasalahan yang hadir merupakan alasan penulis untuk merancang media komunikasi visual produk kerajinan rotan Desa Terentang Kabupaten Bangka Barat. Diharapkan dengan adanya media promosi, pengrajin kampung rotan dapat mengenalkan produknya kepada masyarakat yang lebih luas sehingga meluasnya daerah pemasaran produk serta dapat meningkatkan penjualan produk kerajinan rotan. Media komunikasi visual yang akan dirancang antara lain *website*, *video teaser*, *booklet*, poster, *flyer*, iklan majalah, iklan *web*, stiker, *postcard*, *t-shirt*.

Media utama dari perancangan ini adalah *website*. Pemilihan *website* sebagai media utama dipilih berdasarkan kemampuan media ini untuk dapat menyebarluaskan informasi Desa Terentang dan produk kerajinan rotannya. *Website* juga berfungsi sebagai *bank* nantinya rancangan media komunikasi visual produk kerajinan rotan Desa Terentang tidak harus mengacu kepada *website* kerajinan sejenis khususnya dalam hal tampilan desain dan tata letak, selain itu kajian yang digunakan dapat membantu dalam memilih dan menerapkan metode dalam mengelola *website* yang

*data* yaitu tempat menampung data seputar informasi Desa Terentang dan katalog produk kerajinan rotan.

Informasi tautan halaman *website* disebarluaskan melalui media sosial serta media pendukung seperti *videoteaser*, *booklet*, poster, *flyer*, iklan majalah, iklan *web*, stiker, *postcard*, dan *t-shirt* yang di dalamnya memuat informasi halaman *website*.

Adapun tujuan perancangan media komunikasi visual adalah untuk memperkenalkan sekaligus memasarkan kerajinan rotan masyarakat Desa Terentang, Kecamatan Kelapa, Kabupaten Bangka Barat, Provinsi Bangka Belitung. Agar media komunikasi visual dapat dikelola sehingga produk kerajinan rotan masyarakat Desa Terentang dapat dikenalkan sekaligus dipasarkan kepada masyarakat luas sehingga dapat membantu meningkatkan penjualan produk kerajinan rotan. Menyebarluaskan media pendukung, agar informasi mengenai produk kerajinan rotan dapat diketahui oleh masyarakat luas.

Manfaat yang dapat diperoleh dari perancangan ini diharapkan dengan adanya media komunikasi visual, pengrajin Desa Terentang dapat belajar mengenai promosi, media promosi, dan pengelolaan media, sehingga rancangan media komunikasi visual dapat dimanfaatkan sebagai sebuah sarana untuk membantu para pengrajin di Desa Terentang dalam mengenalkan dan membantu meningkatkan penjualan produk-produk kerajinan rotan Desa Terentang.

Adapun manfaat perancangan bagi penulis adalah Perancangan media komunikasi visual promosi produk kerajinan rotan Desa Terentang dapat membantu penulis menerapkan ilmu yang telah di dapat selama masa perkuliahan. Perancangan ini juga memberikan pengetahuan kepada penulis tentang Desa Terentang, produk kerajinan dan masyarakat di Desa Terentang.

Manfaat bagi Prodi Desain Komunikasi Visual Dapat menjadi salah satu referensi bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Indo Global Mandiri kedepannya dalam melakukan perancangan, khususnya media promosi daerah serta produk yang dihasilkan oleh masyarakat daerah setempat. Selain dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual, perancangan ini juga dapat menjadi sarana dalam mengenalkan Prodi Desain Komunikasi Visual di Universitas Indo Global Mandiri.

Kajian yang digunakan sebagai referensi dalam merancang media komunikasi visual ini menggunakan tampilan halaman *website* kerajinan yang sudah ada baik itu referensi berupa halaman *website* mengenai kerajinan serupa yaitu rotan ataupun halaman *website* kerajinan lainnya. Proses pengkajian ini diurutkan berdasarkan produk kerajinannya, cara pengelolaannya (perusahaan atau mandiri), konten, desain dan tata letak. dapat dilakukan secara mandiri, dikelola pemerintah atau perusahaan. Proses pengkajian ide perancangan dikaji berdasarkan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki, sehingga bagian yang digunakan sebagai acuan dapat digunakan untuk mendapatkan rancangan yang orisinal. Berikut ini adalah kajian mengenai ide perancangan

yang digunakan dalam perancangan komunikasi visual promosi produk kerajinan rotan Desa Terentang.



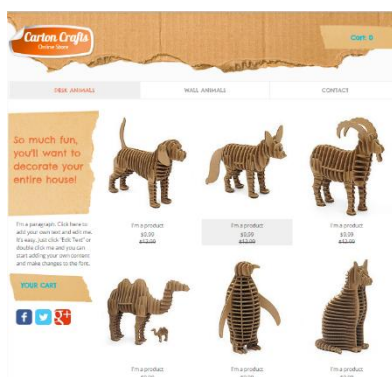
Gambar 1. Kajian ide perancangan 1 berupa website rotankita.com

Konten keseluruhan yang sangat informatif dapat menjadi acuan bagi penulis dalam menentukan konten-konten penting yang akan dimuat ke dalam rancangan media website produk kerajinan rotan Desa Terentang. Hal ini dilakukan agar nantinya konsumen tidak kesulitan dalam menavigasikan halaman website.



Gambar 2. Kajian ide perancangan 2 berupa website batikbanjarnegara.com

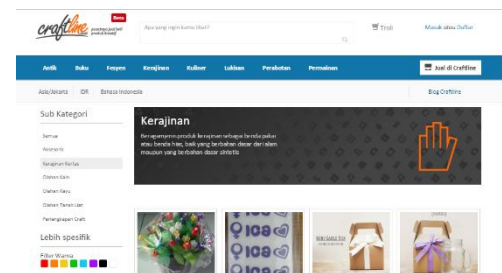
Pemilihan batik banjarnegara.com sebagai salah satu yang digunakan sebagai ide perancangan dikarenakan tampilan website yang sederhana namun menarik. Konten yang dimuat di halaman website ini menampilkan profil perusahaan yang mengelola penjualan online pengrajin batik tulis Desa Gumelem, panduan belanja, biaya pengiriman, syarat dan ketentuan pemesanan, dan kontak perusahaan. Tata letak dan komposisi dari halaman website ini menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk merancang website yang minimalis dengan konten yang informatif.



Gambar 3. Kajian ide perancangan 3 berupa website carton crafts

Carton Crafts merupakan situs pribadi yang menjual produk kerajinan tangan dengan bahan kardus. Website menampilkan informasi berupa foto produk, harga produk, komunikasi lewat e-mail dengan penjual, serta media sosial agar penjual dan pembeli dapat berkomunikasi dengan mudah.

Dengan adanya sistem pengelolaan yang mandiri, penjual dan pembeli dapat berkomunikasi secara personal baik melalui website, ataupun melalui media sosial. Sistem pengelolaan seperti ini bersifat fleksibel, sehingga dalam prosesnya dapat terjadi kegiatan tawar-menawar antar penjual dan pembeli.



Gambar 4. Kajian ide perancangan 4 berupa websitecraftline.com

Sistem yang digunakan website craftline memudahkan pengrajin untuk menjual produk kerajinannya secara online. Pengrajin dapat melakukan registrasi pada halaman website untuk membuat akun penjual sehingga pengrajin dapat mengunggah produk kerajinannya agar ditampilkan pada halaman website untuk dijual. Tidak hanya foto produk yang dapat diunggah ke website ini namun, penjual juga dapat mencantumkan spesifikasi dan deskripsi mengenai produk yang dijual. Spesifikasi produk dapat dicantumkan secara detil mulai dari foto dengan sudut pengambilan gambar yang berbeda, berat, ukuran, jumlah pemesanan, dan kontak penjual.

## 2. Pembahasan

Desa Terentang adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Kelapa, Kab. Bangka Barat, Kepulauan Bangka Belitung, Indonesia. Desa Terentang memiliki luas wilayah 52,41 Km<sup>2</sup>, dengan jumlah penduduk sebesar 2.890 jiwa. Desa Terentang terletak antara jalan raya Pangkalpinang-Muntok berjarak 53 Km dari ibukota Kabupaten Bangka Barat. Bagian Timur Desa Terentang berbatasan dengan Desa Kacung Kecamatan Kelapa, bagian selatan dengan Air Jering, barat dengan Desa Ibul Kecamatan Simpang Teritip, utara dengan Dusun Bujang Kecamatan Jebus (Monografi Desa Terentang : 2014).

Asal mula nama Desa Terentang didapat ketika suku Ketapik Kacung melakukan penjelajahan membuka hutan baru untuk tempat berladang, dalam penjelajahannya mereka menemukan banyak kayu terentang di hutan tersebut. Lahan yang ditemukan oleh

suku Ketapik Kacung cukup subur sebagai tempat untuk berladang sehingga, mereka memutuskan untuk menetap di daerah tersebut dan berkembanglah sebuah desa yang dinamakan Terentang tutur M. Nasyir (47 tahun, Sekretaris Desa).



**Gambar 5.** Penulis dan Narasumber  
*M. Nasyir (47th) Sekretaris Desa*

Terentang adalah sebuah desa yang terkenal dengan pengrajin rotan, banyaknya pengrajin rotan dan produk kerajinan rotan disana, membuat desa ini terkenal dengan sebutan kampung rotan. Sekitar 70% penduduk di Desa Terentang berprofesi sebagai pengrajin rotan, namun hanya 10% di antaranya yang menjadikan profesi ini sebagai mata pencaharian utama mereka (Monografi Desa Terentang : 2014). Dari tangan terampil masyarakatnya, terciptalah suatu karya yang bernilai ekonomis dan menjadi sumber kehidupan bagi sebagian besar masyarakat disana. Salah satu produk kerajinannya yang terkenal adalah *ragak* (keranjang) motor khas daerah Terentang. Produk rakyat yang berasal dari Bangka Barat ini sudah dibuat sejak turun temurun dengan menggunakan teknik sulam anyaman.

Seiring dengan perkembangan zaman, pengrajin desa terentang sudah mulai mengembangkan kemampuan dalam menciptakan produk kerajinan rotan yang bervariasi. Produk kerajinan rotan saat ini tidak hanya sebatas pembuatan *ragak* motor, pengrajin juga membuat produk-produk kerajinan lain yang memiliki nilai fungsi dan estetis. Produk kerajinan rotan dengan nilai fungsi berupa peralatan perikanan tradisional, peralatan rumah tangga, keranjang piknik, topi, dan sebagainya. Produk kerajinan rotan dengan nilai estetis contohnya seperti gantungan kunci, vas bunga, hiasan lampu, tempat alat tulis kantor, pernak-pernik, dan lainnya.

Keterampilan membuat jenis produk selain *ragak* motor dan peralatan perikanan tradisional mereka dapatkan dari pelatihan. Pelatihan ini diselenggarakan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) bekerja sama dengan Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kabupaten Bangka Barat dan Balai Besar Kerajinan dan Batik Jogjakarta ujar Sudiono (52 tahun, Kasi Kerajinan Industri). Banyaknya variasi produk kerajinan rotan belum bisa membantu meningkatkan penjualan dikarenakan pemasaran produk yang menjadi kendala serius bagi pengrajin dalam memasarkan produk

kerajinan rotan, hal ini dinyatakan oleh Suadi (38 tahun) dan Johan (48 tahun) selaku pengrajin rotan di desa ini. Produk kerajinan rotan masih dipasarkan secara tradisional. Pemasaran produk dilakukan dengan cara menjual di pinggir jalan dan menyeter kepada pengepul yang kemudian baru dipasarkan ke daerah-daerah lain di Kepulauan Bangka Belitung. Kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan pengrajin dan pemerintah setempat juga merupakan salah satu faktor yang menjadi kendala dalam meningkatkan penjualan produk. Faktor ini menyebabkan produk kerajinan rotan Desa Terentang belum meluas wilayah penjualannya.

Kendala promosi yang dihadapi pengrajin di Desa Terentang menginisiasi penulis untuk merancang media promosi yang dapat membantu pengrajin di Desa Terentang dalam mempromosikan dan memasarkan produk kerajinan rotannya. Perancangan media promosi ini, dibuat agar pengrajin dapat melakukan promosi serta mengelola media promosi secara mandiri ataupun diserahkan kepada pihak perusahaan dan instansi pemerintah terkait.

Ketersediaan bahan baku pembuatan produk kerajinan rotan menjadi perhatian serius pengrajin rotan di Desa Terentang. Pasokan bahan baku rotan terbesar diperoleh dengan cara membeli bahan baku dari desa tetangga. Untuk mengatasi masalah bahan baku, pengrajin di Desa Terentang secara swadaya dibantu Kelompok Usaha Produktif “Wira Usaha” mulai menanam sendiri tanaman tanaman rotan di hutan adat yang ada di Desa Terentang.

Pengelolaan pengrajin dan produk kerajinan rotan di Desa Terentang saat ini dikoordinir oleh Kelompok Usaha Produktif (KUP) “Wira Usaha” yang diketuai oleh Kasiran (42 tahun) dan terdiri dari 25 orang pengrajin rotan di Desa Terentang.

KUP Wira Usaha merupakan jembatan bagi pengrajin rotan Desa Terentang dalam membangun komunikasi dengan Pemerintah Kabupaten Bangka Barat. KUP Wira Usaha memiliki kepedulian yang tinggi terhadap ketersediaan bahan baku kerajinan usaha kerajinan rotan di desanya.

Berkat KUP Wira Usaha, Pemerintah Kabupaten Bangka Barat melalui Dinas Kehutanan memberikan bantuan bibit untuk perkebunan rotan Desa Terentang walaupun tidak seluruh jenis bibit bantuan pemerintah tersebut sesuai dengan kebutuhan pengrajin.

Pengelolaan bahan baku sudah mulai bisa diatasi pengrajin rotan Desa Terentang dan KUP Wira Usaha, namun untuk pengelolaan promosi saat ini belum ada perhatian serius baik dari pemerintah setempat, masyarakat Desa Terentang, atau pihak luar menyangkut promosi dan pemasaran produk kerajinan rotan. Kegiatan promosi yang dilakukan sebagai upaya membantu pengrajin di Desa Terentang saat ini dikelola oleh Dewan Kesenian Nasional Daerah (Dekranasda) Kabupaten Bangka Barat, namun promosi yang dilakukan saat ini belum *intens*. Kegiatan promosi dalam membantu pengrajin rotan dan UKM lainnya saat ini baru dilakukan melalui pameran-pameran yang digelar Dekranasda Kabupaten Bangka Barat dan promosi



melalui *booklet*. Konten yang terdapat dalam *booklet* belum menyajikan informasi menyeluruh mengenai produk kerajinan yang ditampilkan salah satunya kerajinan rotan Desa Terentang.

Menurut Indra Cahaya (46 tahun, Sekretaris Dinas Perhubungan Pariwisata dan Informatika Kabupaten Bangka Barat), keberadaan media promosi sangatlah penting. Dengan kemajuan teknologi di zaman sekarang beliau berharap adanya promosi melalui media *internet* dan majalah Pemerintah Kabupaten, agar produk usaha kecil warga setempat bisa lebih luas jangkauan pasarnya.

Produk-produk kerajinan rotan yang dihasilkan pengrajin rotan Desa Terentang dikategorikan ke dalam peralatanperikanan tradisional, peralatan rumah tangga, perabot rumah tangga, keranjang, hiasan rotan, dan pernik-pernik dari rotan. Produk kerajinan yang dihasilkan tiap pengrajin disesuaikan pula dengan mengkhususkan pembuatan ke bentuk kategori produk kerajinan tertentu sehingga tiap pengrajin memiliki spesialisasi dalam penggarapan produk kerajinan rotan.

Potensi yang dimiliki pengrajin rotan Desa Terentang cukup besar, hal ini dilihat dari banyaknya jumlah pemesanan produk kerajinan rotan oleh konsumen di luar Provinsi Bangka Belitung seperti konsumen dari Sumatera Selatan dan Jakarta, tidak sedikit juga wisatawan asing yang berkunjung ke Bangka Belitung mampir ke Desa Terentang untuk membeli produk kerajinan rotan disini.

Kerajinan rotan diproduksi di masing-masing rumah tiap pengrajin yang terletak di Desa Terentang Kecamatan Kelapa Kabupaten Bangka Barat Provinsi Bangka Belitung. Tiap pengrajin di Desa Terentang memiliki spesialisasi tertentu dalam menghasilkan produk kerajinan rotan sesuai dengan kategori produk yang sudah ada.

Jenis produk yang dihasilkan adalah produk kerajinan. Produk kerajinan menggunakan rotan sebagai bahan utama pembuatan produk kerajinan. Jenis produk kerajinan dikategorikan ke dalam produk yang dihasilkan adalah produk perikanan tradisional, peralatan rumah tangga, perabot rumah tangga, keranjang, hiasan rotan, dan pernik-pernik dari rotan.

Produk kerajinan rotan Desa Terentang diposisikan berdasarkan manfaatnya. Beberapa hal yang menjadi landasan penempatan produk dapat dilihat dari keunggulan produk dari pesaingnya, keinginan dan selera konsumen, serta manfaat umum yang didasari pengalaman. Berdasarkan dari pernyataan tersebut, manfaat yang dibutuhkan konsumen agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen dibagi ke dalam tiga poin penting berdasarkan manfaatnya.

Manfaat yang pertama adalah manfaat ekonomis. Manfaat ekonomis adalah segala manfaat yang berkaitan dengan uang. Harga merupakan salah satu yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian. Pemaknaan lain juga dapat berupa biaya dalam pemeliharaan suatu produk. Manfaat yang kedua adalah manfaat fungsional. Manfaat fungsional diidentikan dengan kesesuaian produk dengan apa yang ditampilkan,

fungsi utama maupun sekunder sesuai dengan deskripsi yang dituliskan, spesifikasi bahan dan ukuran mengenai produk dalam hal ini berupa produk kerajinan rotan.

Manfaat yang ketiga adalah manfaat psikologis. Keputusan dalam melakukan pembelian oleh konsumen biasanya terkait dengan perasaan atau kepercayaan terhadap suatu produk. Seperti contohnya seseorang akan merasa ruangan di rumahnya akan terasa lebih indah apabila diletakkan hiasan dari produk kerajinan rotan, ataupun timbulnya kepercayaan konsumen kepada sebuah toko yang selalu memberikan barang dengan kualitas bagus.

Target audiens produk kerajinan rotan Desa Terentang selama ini sebagian besar adalah orang yang berprofesi di dunia perikanan seperti nelayan. Dikarenakan produk kerajinan yang dibuat memiliki kategori yang berbeda-beda, maka selebihnya target audiens terdiri dari ibu rumah tangga, pegawai pemerintahan, pegawai swasta, pengusaha, pengepul, industri penginapan dan perhotelan, dan pusat oleh-oleh khas daerah.

Strategi pemasaran yang dilakukan pengrajin Desa Terentang untuk menjual dan mempromosikan produk kerajinan rotan saat ini adalah dengan cara menjual dipinggir jalan, menyeter kepada pengepul, dan promosi melalui *booklet* serta pameran-pameran yang diselenggarakan oleh Dekranasda Kabupaten Bangka Barat.

Wilayah pemasaran produk kerajinan rotan Desa Terentang yang terbesar saat ini adalah konsumen yang berada di Provinsi Bangka Belitung, diikuti oleh konsumen tetap dari luar Provinsi Bangka Belitung seperti konsumen dari beberapa daerah yang ada di Provinsi Sumatera Selatan dan Kota Jakarta.

Produk kerajinan rotan Desa Terentang memiliki potensi pasar yang baik di pasar lokal. Pesaing yang ada belum menjadi ancaman yang serius untuk persaingan di pasar lokal. Potensi pasar produk kerajinan rotan Desa Terentang terdapat pada keunikan produk dengan bahan baku rotan yang tidak umum dijual baik di toko maupun secara *online*. Produk yang tidak umum dalam hal ini contohnya peralatan perikanan tradisional, dekorasi, dan asesoris.

Saat ini belum banyak data mengenai komunikasi visual yang dilakukan pengrajin Desa Terentang maupun pemerintah setempat. Adapun media yang dijadikan sebagai sarana dalam mengkomunikasikan produk kerajinan rotan berupa *booklet*, artikel majalah Pemerintah Kabupaten dan kegiatan pameran yang pada kenyataannya belum memfokuskan pada promosi kerajinan rotan saja. Rancangan *booklet* dan pameran-pameran yang pernah diselenggarakan juga merangkap sebagai sarana komunikasi visual eksternal dan internal. Sesuai definisinya sarana komunikasi eksternal merupakan media komunikasi yang dapat dipergunakan untuk menjalin sebuah hubungan dan menyampaikan sebuah informasi dengan pihak luar. Sedangkan sarana komunikasi visual internal adalah sarana penyampaian informasi di antara publik internal yang bersifat non-

komersial. Baik penerima ataupun pengirim informasi adalah orang dari publik internal.

Rancangan *booklet* disebarkan melalui setiap kecamatan yang ada di Kabupaten Bangka Barat serta di luar Provinsi Bangka Belitung. Sedangkan pameran diselenggarakan di Kabupaten Bangka Barat dengan mengundang pihak-pihak terkait kerajinan baik di Kabupaten Bangka Barat ataupun di luar daerah.



Gambar 6. *Booklet "Produk Unggulan"*  
Dekranasda Kabupaten Bangka Barat

Konten yang dimuat di dalam *booklet* dimulai dari sambutan Bupati Kabupaten Bangka Barat, sambutan Ketua Dekranasda Kabupaten Bangka Barat, Profil Dekranasda Kabupaten Bangka Barat, Struktur Organisasi, setelah itu baru masuk ke segmen produk unggulan Dekranasda Bangka Barat. Dalam segmen ini, tiap kerajinan yang ditampilkan hanya diberi porsi untuk menampilkan deskripsi singkat mengenai produk kerajinan dan foto produk. Segmen produk unggulan belum bisa memberikan informasi menyeluruh dalam membantu promosi kerajinan yang dimuat dalam *booklet*, maka dari itu produk kerajinan rotan Desa Terentang perlu memiliki promosi khusus yang fokus pada promosi Desa Terentang dan produk kerajinan rotannya.

Majalah Pemerintah Kabupaten juga memiliki peranan penting dalam mempromosikan Desa Terentang dan produk kerajinan rotannya yaitu Tabloid Seiran Setason ini menyajikan informasi-informasi yang terjadi di seputaran daerah Kabupaten Bangka Barat namun, kendala yang dihadapi adalah penyebaran majalah yang hanya disebarluaskan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung saja sehingga informasi selebihnya disampaikan secara verbal dari satu individu kepada individu lainnya.



Gambar 7. *Sampul Tabloid Seiran Setason Vol. IX*  
Edisi 2 Tahun 2015

Tujuan perancangan media komunikasi visual promosi produk kerajinan rotan Desa Terentang adalah untuk mengenalkan sekaligus memasarkan produk kerajinan rotan yang dibuat oleh pengrajin di Desa Terentang. Rancangan media komunikasi visual diharapkan nantinya dapat dikelola dengan baik oleh pengrajin, kelompok masyarakat, pemerintah ataupun swasta agar dapat dimanfaatkan sebagai sarana berkelanjutan dalam memasarkan produk-produk kerajinan rotan.

Media lini atas dan lini bawah yang digunakan juga berperan penting sebagai pendukung kegiatan promosi. Media seperti iklan dan souvenir dapat berfungsi sebagai pengingat bagi konsumen yang secara tidak langsung akan mempengaruhi rasa ingin tahu calon konsumen untuk mencari tahu informasi mengenai produk.

Tujuan media di dalamnya terdapat beberapa aspek penting seperti jangkauan, frekuensi, dan kontinuitas yang dapat dijadikan acuan sebagai tolak ukur dari hasil yang ingin dicapai melalui rancangan media. Tujuan media untuk promosi produk kerajinan rotan Desa Terentang sekurang-kurangnya dapat menjangkau khalayak sasaran sejumlah 5.000 orang yang berada di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, dilanjutkan dengan daerah sekitar seperti Pulau Sumatera dan Jawa dengan frekuensi sekurang-kurangnya 100 kunjungan *website* perminggu dengan masa kampanye tanpa limit waktu yang ditentukan, karena media seperti *website* tidak memerlukan masa kampanye seperti iklan radio ataupun televisi.

Strategi yang dilakukan untuk dapat menyebarluaskan informasi yang terdapat pada media telah dianalisa menggunakan metode S.W.O.T dan AISAS. Hasil analisa menggunakan metode S.W.O.T berfungsi untuk memberikan informasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada produk kerajinan. Hasil informasi ini tentunya juga akan disertakan pada media-media komunikasi visual yang akan digunakan agar calon konsumen mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk.

Strategi media nantinya akan lebih fokus menggunakan proses kerja dari metode AISAS. Penyebarluasan media *online* seperti *website*, *video teaser*, dan iklan web akan dilakukan dengan menyebarkan tautan melalui *website* populer yang ada di *internet*. Pemasaran media *online* juga dapat menggunakan jasa penyedia iklan *Google Adwords* agar pencarian alamat *website* dapat dioptimalisasikan, sehingga calon konsumen dapat dengan mudah menemukan *website* produk kerajinan rotan Desa Terentang.

Penggunaan media lini atas dan lini bawah tetap diperlukan dan berperan penting dalam kegiatan promosi. Tujuan dari strategi media komunikasi visual yang dirancang merupakan suatu strategi agar calon konsumen dapat diarahkan melalui media pendukung menuju halaman *website* produk kerajinan rotan Desa Terentang sebagai sarana bagi calon konsumen untuk meninjau serta pusat mendapatkan informasi keseluruhan mengenai Terentang dan produk kerajinan

rotannya. Tentunya harapan terbesar dari pengaruh yang ingin didapatkan melalui media-media komunikasi visual yang dirancang adalah ketertarikan calon konsumen untuk langsung mengunjungi Desa Terentang.

Media-media yang telah dipilih untuk digunakan sebagai bagian perancangan komunikasi visual promosi produk kerajinan rotan Desa Terentang adalah *Website*, *Video Teaser*, *Iklan Web*, *Iklan Majalah*, *Booklet*, *Poster*, *Flyer*, *Stiker*, *Postcard*, *T-shirt*.

Yang menjadi ide utama dari perancangan ini adalah bagaimana media komunikasi visual yang dirancang dapat mengenalkan sekaligus memasarkan produk kerajinan rotan Desa Terentang. Salah satu gagasan kreatif dalam perancangan ini adalah penggunaan media *online* sebagai sarana untuk membantu kegiatan promosi produk kerajinan Desa Terentang yaitu dengan memanfaatkan fasilitas pembuatan *website builder online* yang disediakan [www.wix.com](http://www.wix.com).

Tujuan kreatif berdasarkan ide utama yang jadi landasan awal perancangan promosi produk kerajinan rotan Desa Terentang adalah untuk mencoba dan mengukur bagaimana peran media *online* sebagai salah satu sarana mempromosikan produk. Kegunaan media *online* nantinya dapat diukur mulai dari kelebihan dan kelemahan yang terdapat di dalamnya, bagaimana keefektifannya mempromosikan produk, serta bagaimana cara kelola media agar tidak mudah dilupakan begitu saja.

Tipografi merupakan elemen desain yang ikut menentukan keserasian komposisi suatu desain. Rancangan tipografi disesuaikan sebagai pendukung logo yang akan dibuat. Ide rancangan tipografi akan diambil dari sifat atau karakteristik rotan.



**Gambar 8.** Contoh ide perancangan tipografi Huruf dengan karakteristik pasir



**Gambar 9.** Contoh ide perancangan tipografi Huruf dengan karakteristik daun

Gaya tampilan desain sebagai referensi yang digunakan pada perancangan tidak difokuskan pada satu

gaya desain saja. Pada dasarnya keseluruhan gaya tampilan desain merupakan gabungan beberapa gaya tampilan desain sehingga, pada dasarnya gaya tampilan desain yang digunakan bergaya kontemporer. Gaya tampilan kontemporer dirasa tepat karena rancangan memuat elemen-elemen seperti elemen grafis berupa fotografi, komposisi layout, pesan verbal dan pesan visual dengan pengolahan yang berbeda-beda.

Warna yang akan digunakan dalam perancangan berupa warna-warna dengan unsur alam dengan mengambil sampel warna coklat muda dan tua.

A	30	50	60	80
F	5	20	40	20

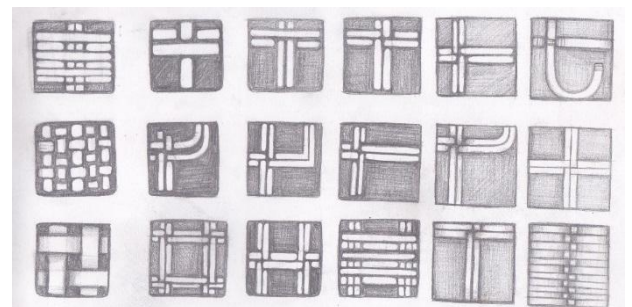
**Gambar 10.** Earthtone color palette C M Y K untuk penggunaan pada media cetak

73	56	41	#493829
185	156	107	#B99C6B

**Gambar 11.** Earthtone color palette R G B untuk penggunaan pada media internet

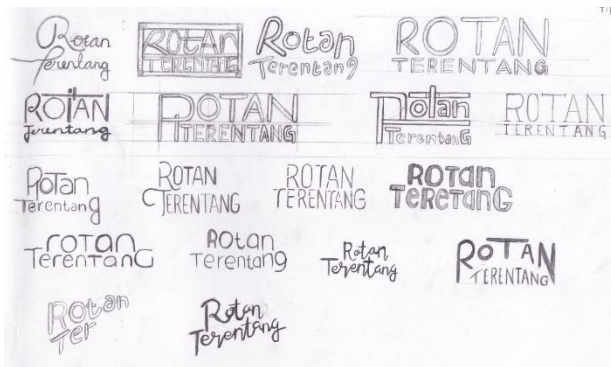
Pemilihan kedua warna tersebut didasari pada karakter warna rotan yang berwarna coklat tua setelah diambil dan baru akan dijemur. Warna coklat muda merupakan warna rotan yang telah mengering setelah melalui proses penjemuran.

Perancangan media promosi produk kerajinan rotan Desa Terentang akan menampilkan berbagai macam unsur-unsur yang kesemuanya akan disatukan ke dalam sebuah *layout*. Gagasan atau konsep media secara keseluruhan akan menampilkan unsur rotan dan anyaman. Tata letak dalam hal ini sangat diperhatikan, mengingat halaman media yang tidak bisa menampung semua konten informasi apabila tidak ditata terlebih dahulu. Agar konten yang ditampilkan mendapat porsi yang sesuai, maka dari itu ide layout hanya digambarkan dengan bentuk kosong terlebih dahulu atau *blank* yang kemudian akan diberikan penjelasannya pada tahap berikut yaitu *ide layout*.

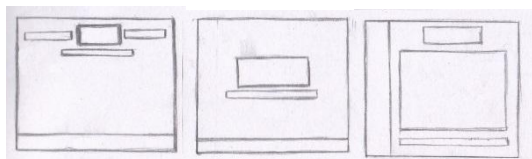


**Gambar 12.** Ide layout logo

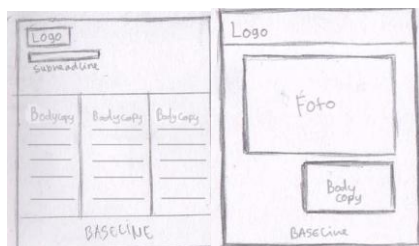




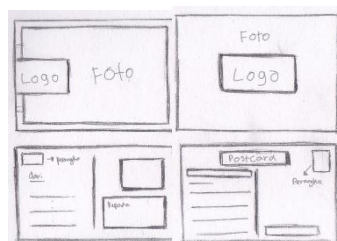
Gambar 13. Ide layout tipografi



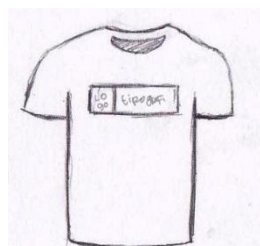
Gambar 14. Ide layout booklet



Gambar 15. Ide layout flyer



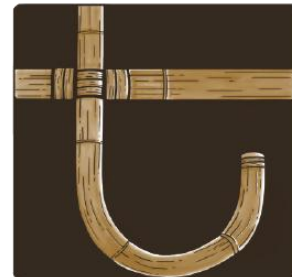
Gambar 16. Ide layout postcard



Gambar 17. Ide layout postcard

Dari ide layout yang sudah melalui proses pemilihan dan penyempurnaan, maka tahap selanjutnya adalah menetapkan rancangan final atau *finaldesain* dari media

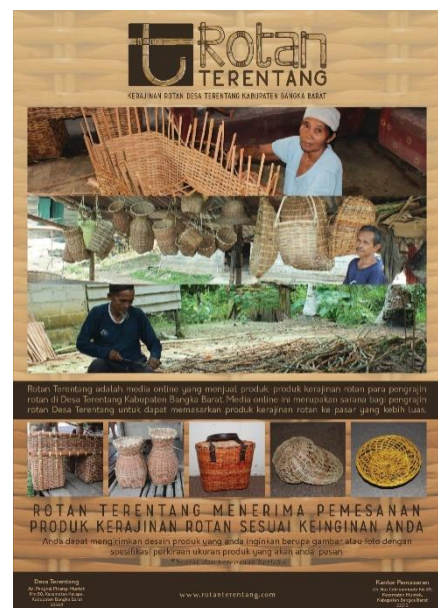
komunikasi visual untuk promosi produk kerajinan rotan Desa Terentang. *Final desain* merupakan tampilan akhir atau desain terpilih yang ditetapkan setelah melalui tahapan perancangan dari desain-desain alternatif yang telah dirancang. Berikut ini merupakan *Final Desain* dari keseluruhan rancangan media komunikasi visual promosi produk kerajinan rotan Desa



Gambar 18. Finaldesain logo



Gambar 19. Finaldesain tipografi

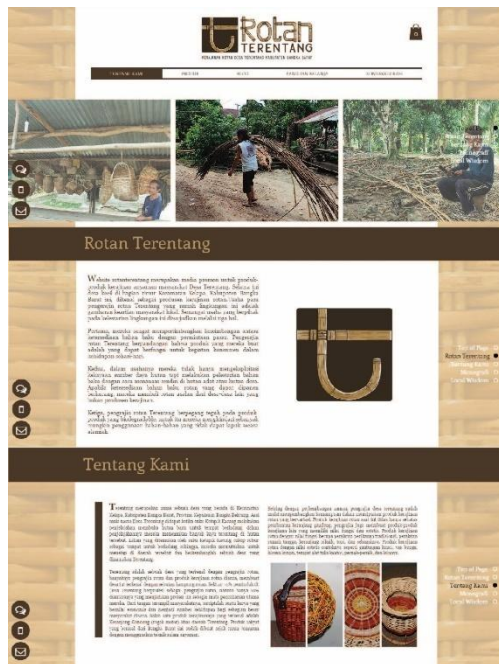


Gambar 20. Finaldesain poster



Gambar 21. Finaldesainbooklet





**Gambar 22.** Finaldesain website



**Gambar 23.** Finaldesain flyer



**Gambar 24.** Finaldesain iklan web



**Gambar 25.** Finaldesain iklan majalah



**Gambar 26.** Finaldesain stiker



**Gambar 27.** Finaldesainpostcard



**Gambar 28.** Finaldesaint-shirt



Gambar 29. Finaldesainvideo teaser

### 3. Kesimpulan

Dari perancangan yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat diambil adalah bagaimana teknologi di zaman sekarang dapat dijadikan sebagai alat bantu untuk mengenalkan sekaligus memasarkan suatu produk karena dengan bantuan teknologi, kegiatan promosi dapat dengan mudah diakses ataupun dilihat oleh khalayak luas.

Perancangan media komunikasi visual promosi produk kerajinan rotan Desa Terentang Kabupaten Bangka Barat tidak sekedar menjual produk-produk kerajinan dengan bahan baku rotan saja, namun media-media promosinya juga menampilkan profil Desa Terentang, monografi, masalah bahan baku usaha serta kearifan lokal dan budidaya rotan.

### Daftar Pustaka

- [1] Bandem, I Made. 2002, *Mengembangkan Lingkungan Sosial yang Mendukung Kriya Seni Makalah pada Seminar Internasional Seni Rupa 21-22 September 2002*, PPs ISI Yogyakarta, Yogyakarta
- [2] [www.tinosyahbudi.wordpress.com/about/pengertian-definisi-macam-jenis-dan-penggolongan-industri-di-indonesia-perekonomian-bisnis](http://www.tinosyahbudi.wordpress.com/about/pengertian-definisi-macam-jenis-dan-penggolongan-industri-di-indonesia-perekonomian-bisnis), 2016.
- [3] Sutisna. 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Remaja Rosdakarya, Bandung.

